



# 廣播媒體的營運策略、發展及 節目製作

主講人：連淑錦

# 連淑錦 博士

## 最高學歷

美國堪薩斯大學傳播學博士  
University of Kansas, P.H.D

## 學經歷

- 國立臺灣藝術大學傳播學院 院長
- 國立臺灣藝術大學廣播電視學系 系主任

## 研究專長

媒體素養、傳播理論  
媒體形象、媒體和文化價值  
媒體與弱勢族群、廣播節目製作



# 廣播的功能

學習

娛樂

習慣

消磨  
時間

經濟  
發展

( 地方創生 )

社會  
聯繫

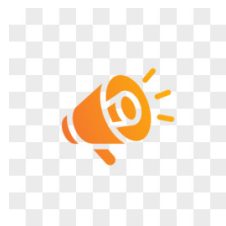
社會  
責任

( CSR )

# 廣播電台影響的理論架構



社會學習 ( Bandura, 1986 ) 和涵化理論 ( Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 2002 ) 是研究大眾傳播媒介再現族群形象及影響閱聽人自我認知的重要理論架構。



此兩個理論觀點是將媒體再現和自我認知意象聯結起來，假設閱聽人在長期的使用過程中，潛移默化的學習和接受媒體所建構的社會真實觀點，並用來理解有關外在世界社會本質的信念 ( Bandura, 1986 ) 。





# 廣播的影響力



媒體不僅將流行的資訊傳遞給大眾，更重要的是在潛移默化中將商業說服意圖和一些單一化的刻板印象價值觀傳遞給大眾。



媒體就像一個龐大的意識型態機器，不僅操弄閱聽眾該想些什麼、要怎麼想、什麼是好的、什麼是社會的主流價值。



這是一種長期的累積和內化的過程。



# 媒體與族群形象



大眾傳播媒介常被批評：透過有意的選擇、排除與組合符號，建構和傳播有關弱勢族群簡單化、概括性的刻板印象（林東泰，2008；李美華，劉恩綺，2007；Riggins, 1992），再現我群與他者的不對等關係（倪炎元，1998），進而形塑社會主流價值與規範（Bandura, 1986；Berger & Luckmann, 1966；Entman, 1993；Greenberg, Mastro, & Brand, 2002）。



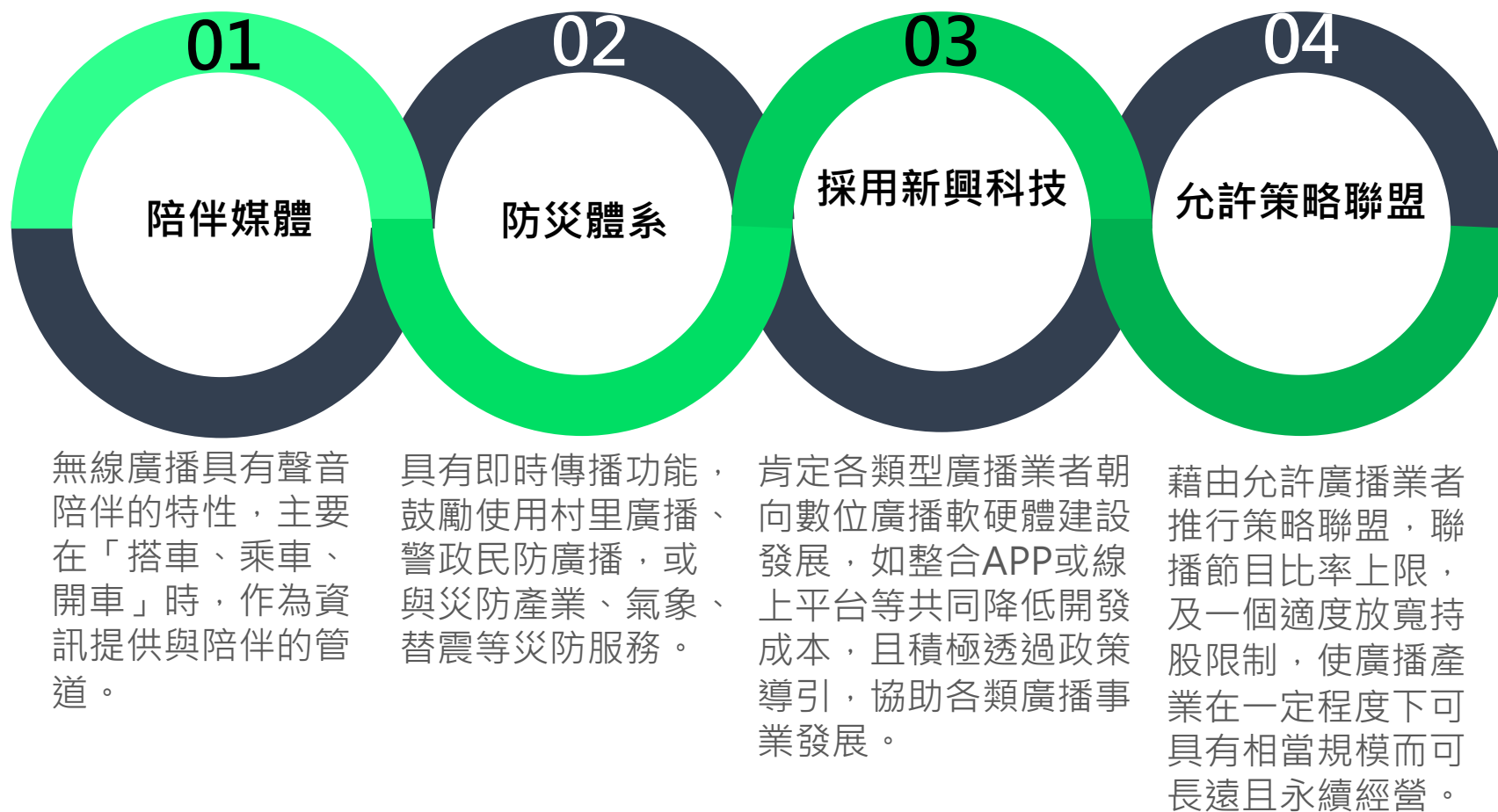
# 媒體與族群形象



當大眾毫無戒心且不去質疑媒介所描繪弱勢族群的多元形象與觀點，則可能導致這些族群形象受到負面的評價或是不合理的歧視與對待（孔文吉，1993；夏曉鵬，2001；謝偉姝，1998；Donlon, Ashman, & Levy, 2005；Peffley, Shields, & Williams, 1996），進而影響這些族群的心理健康（夏曉鵬，2000、2001；Ford, 1997；Goodwin, Intrieri, & Papini, 2005；Lee, Carpenter & Meyers, 2007；Kalehsar & Andarab, 2013），或是甚至可能造成親人的心理壓力或創傷（夏曉鵬，2002）。



# 無線廣播政策



# 廣播電台的趨勢與挑戰



網際網路的快速發展與普及，廣播在各項媒體觸及率呈現逐年下降的趨勢；



廣告大量從傳統媒體向新媒體轉移；



個性化服務的串流媒體出現，聽眾收聽習慣改變，尤以年輕族群更為明顯；



廣播收聽年齡呈現老化情形；



# 廣播電台的趨勢與挑戰



地方中、小功率廣播電台基於成本和收聽率考量，紛紛轉向聯播；



廣播節目製作費低廉，專業性稍嫌不足；



受體制約束，市場開拓手段捉襟見肘；



專業人才流失，內容生產創新乏力；



聽聲音 看世界

有聲內容隨選 生活學習聆聽



# 在多變的市場中保持優勢，超越對手

## 設臺宗旨

一、提升勞工生活品質，振作勞工工作士氣。 二、縮短勞資理念差距，促進勞資雙方互動。  
三、整合地方經濟，帶動民間企業回饋社會。 四、協助弱勢團體建立無障礙的生活空間。



## 市場定位、

「當代流行音樂類型電台」、「公益的民營電台」、「本土都會流行電台」、「鄉土性電台」、  
兩岸資訊電台、「親子電台」、「優質音樂生活廣播」

## 目標聽眾與節目規劃之關係

根據聽眾屬性（年齡、性別、教育程度、生活習性、宗教信仰）及需求分析，來界定節目的目標；  
再依據節目目標來安排適當的節目內容。最後，落實設台宗旨。

## 差異化

雖然廣播頻率打著專業的旗號，但只是形式上的專業化，眾多頻率還是綜合定位為主，各專業廣播頻率之間節目類型相似，  
特色區分不明顯，同質化競爭嚴重。應在次慎重審視自己的特點、繼續保持自己的傳統優勢



# 差異化

維持與競爭對手的差異性，才能穩居勝位

提供更多價值已提高平均單價，還是追求更多效率以壓低平均單位成本

活動是競爭的最根本要素

例如：廣播節目、電台服務、廣告承攬與製作、商品銷售、活動舉辦、、、

電台優勢是整體活動的結果，而非少數的活動

選擇哪些活動？如何執行這些活動？

策略定位

執行與對手不同的活動，來提供獨特的價值；或者使用不同方式，執行類似的活動





# 領導者的角色

電台發展或是策略擬定，要靠領導者

電台內各種抗拒選擇和取捨的力量，要有清楚思考架構來引領策略。

管理的核心是策略

定義並溝通電台的獨特定位，做出取捨，在各活動之間形成整合。

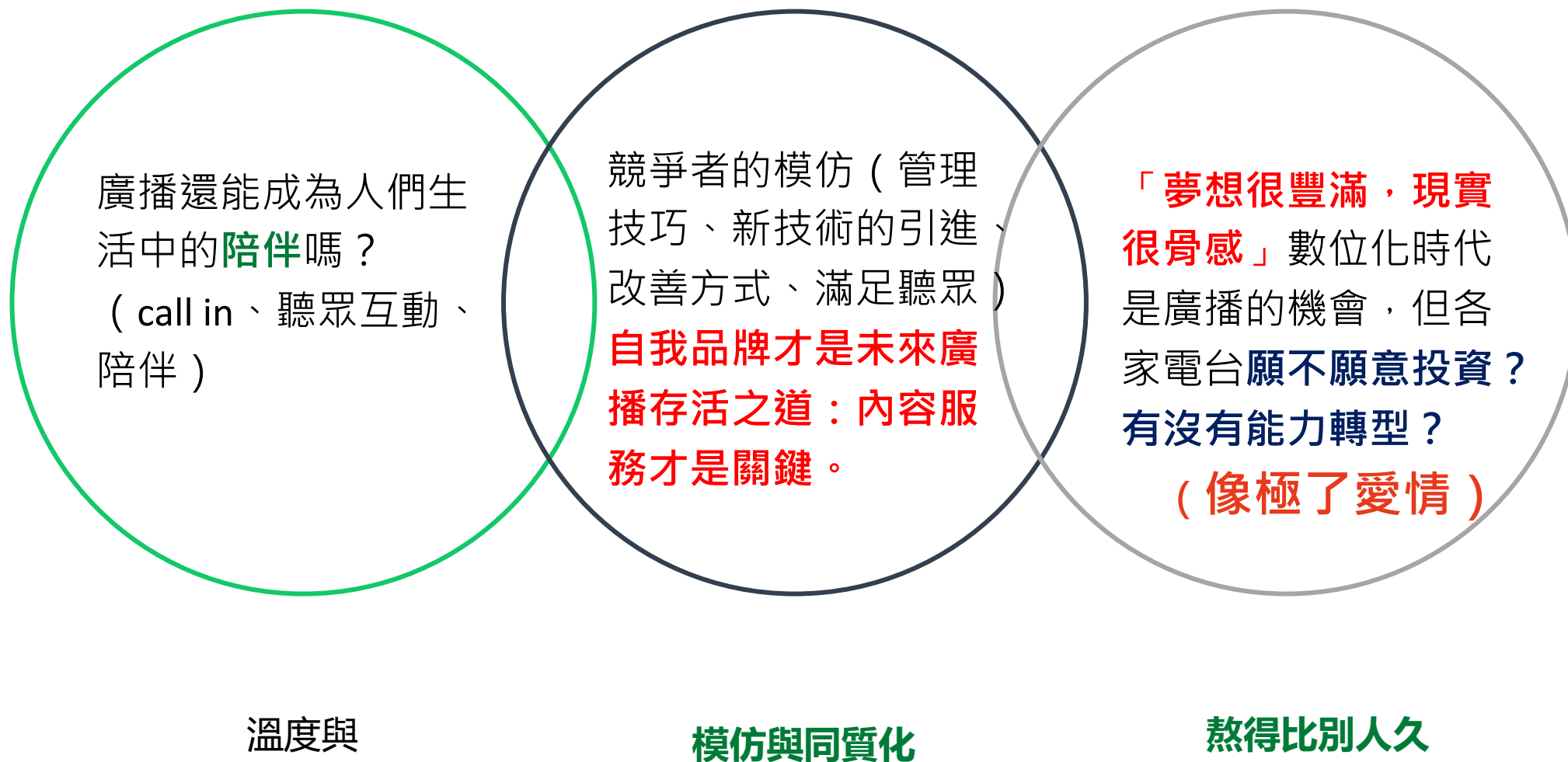
設定限制範圍

不僅是「要做什麼選擇」，也是要「不做什麼選擇」

要善於溝通，也要夠強勢



# 在媒體融合的激烈競爭中...永不消失的電波



# 廣播的優勢

廣播是「最有溫度的媒體」，即使看不到，仍對著你/妳說。

廣播的優點就是「聲音」。畫面雖能吸引眼球，但是聲音更能觸動人心。

廣播是陪伴性強的媒體。

「背景音」的角色，不會帶給你壓力。

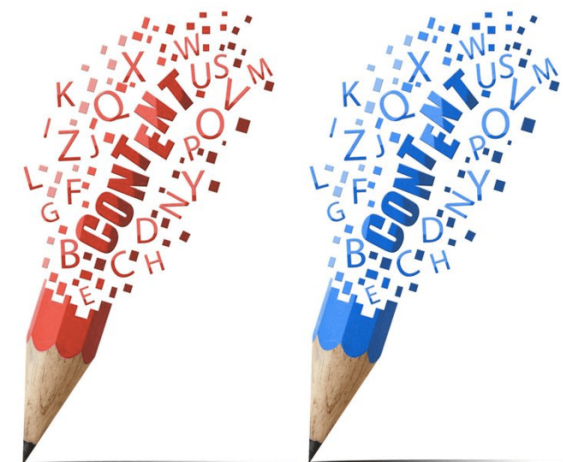
走路、跑步、開車和騎車時，我們的耳朵是「閒」的！

廣播是本土化媒體，也是服務性媒體



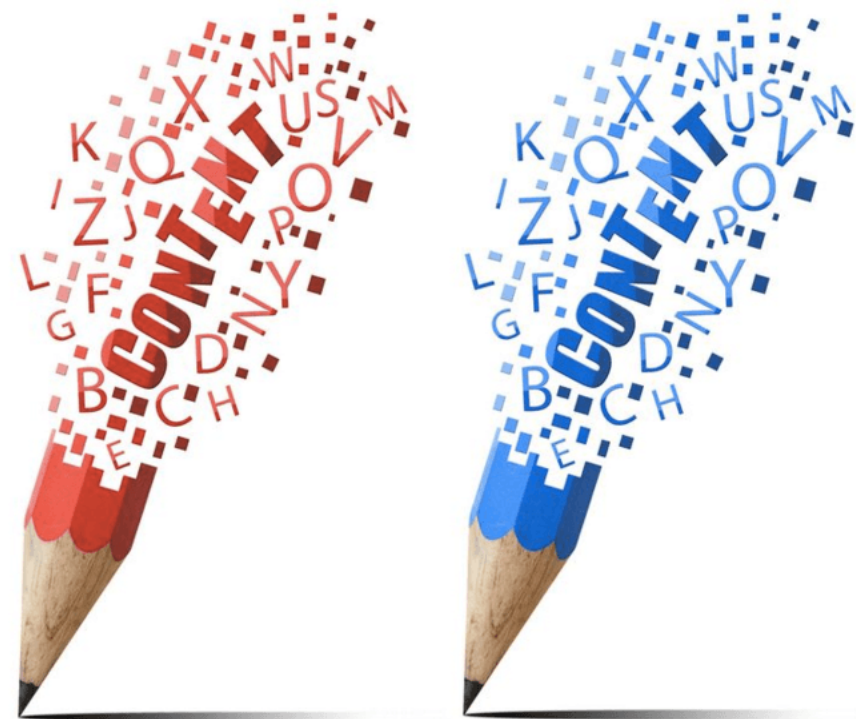
# 「內容為王」定理不變，優質內容永遠是電台追求的目標

- 媒體戰略從「內容為王」到「技術為王」，再到「平台為王」、「資源為王」，再回歸至「內容為王」。如果內容無法實現價值時，網路技術只是一個虛擬的冰冷空間，強勢的內容是爭奪消費者的唯一手段。
- 內容為主，管道為輔：收聽管道的擴展，僅是增加聽眾電台的可能機率，節目內容依舊是最重要的關鍵。
- 慎重審視自己的特點、繼續保持自己的傳統優勢。



# 「內容為王」定理不變，但優質內容生產不易

- 從聽眾需求的角度去思考，受眾需求就是節目的核心內容。當節目內容滿足受眾需求，忠實聽眾就自然產生。
- 線上節目、網路推廣、戶外直播室或是線下活動等形式多管齊下，皆能吸引聽眾的注意力。
- 有了忠實的聽眾，節目品牌也就得以穩固。
- 新媒體或是新收聽途徑，則可賦予節目以外的附加價值，例如；聽眾互動、忠誠度、涉入度的經營。例如：以「廣播電台」為政策定位，所有官網、APP服務、線上收聽、品牌活動都是輔助加分用的。





# 有靈魂的地方特色內容+增加聽眾參與活躍度+獲利來源

( 直播、點播、點讚、關注、分享、閱讀量、評論量 ) + ( 全新的廣告盈利、粉絲經濟盈利、有聲出版 )

## ✓ 了解聽眾 ( 我的節目是做給誰聽 )

主持人基的第一步，進而才會去思考如何製作更合乎聽眾的節目內容。滿足快時代破碎收聽習慣與行為

## ✓ 沒有文化的複製=沒有靈魂

## ✓ 對相對固化的節目運作模式進行改良或再造。 ( 模式的創新 )

## ✓ 靈活的創意與行銷

例如：千年難得一見的美女、明年購買電動機車要多花6000元、Costco 前員工、地表最強的聯播網、連醫生都來買的「長壽食品」、ppls、桃園全運會廣告、AI誦經機器人中元、粽子變服裝、伊藤潤二：恐怖漫畫+路跑

廣播+ (旅遊、學習、交友、演唱會)

廣播+ (影響力、公益性)



孩子還淘汰我們，來改變世界

雞蛋布丁沒有蛋（是詐騙？）、

- ✓ **想多一點：**在聽眾的立場上去發現他們的需求，提供解決問題的方法和途徑。
- ✓ **做多一點：**站在聽眾的角度思考，，幫助聽眾解決某個特定的問題，讓聽眾因而獲得快樂滿意。（馬雲的利他模式）
- ✓ **掌握時機：**節目創新，不怕犯錯與失敗，要有自信。拓展年輕的聽眾群體，就必須創新節目的結構布局、製作及傳播方式。





## 一些建議：

- ✓ 在專業領域建立自己和品牌，作為權威：

廣播節目最受歡迎的是新聞和主題對談，因此尋找合適的受訪者則益形重要。

- ✓ 觀察數據、初步分類，增加互動的可能性：

「瞭解，是跟客戶溝通的第一步」。從既有的數據描繪出聽眾的基本樣態。讓聽眾覺得自己是被真正關照的。他們在何時聽廣播？對哪些議題有興趣？生活的步調和作息的樣態？全民皆上網的時代，提高收聽品質，增加互動性和黏著度，並且深入聽眾生活。

- ✓ 根據不同的閱聽眾，嘗試用不同的方式和語言溝通，注意流行時事話題和族群關心的議題，並建立與聽眾間的信任感。

- ✓ 關心在地農村、社區文化、地方創生等議題，藉由農民的生命故事建立閱聽眾的關注和共存感。製作有聲小說、有聲傳統戲曲、播客主持、舉辦活動、或是跨平台播放。



## 主持人的角色



廣播主持人是一個廣播節目的靈魂人物，一個成功的廣播節目，主持人扮演了攸關成敗的關鍵角色。

透過聲音與聽眾交流，一位優秀主持人要能傳遞資訊和感受，更要能與聽眾們建立良好的互動感與關係。

# 主持人

廣播主持人是電台的「標誌」性人物，

不僅代表著節目的「製作水準」，

更代表著「電台形象」。



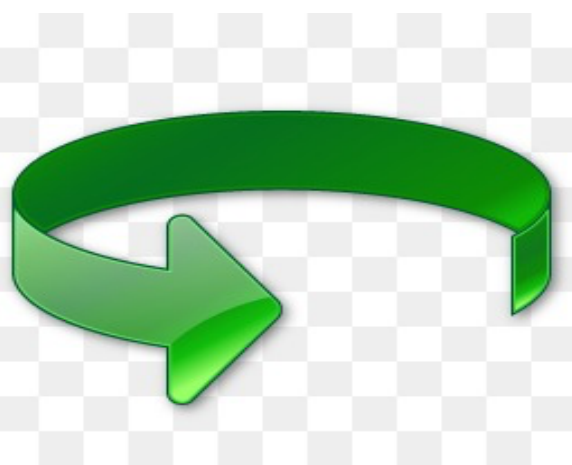
「主播經濟」：憑藉主持人獨特的魅力，獨特的見解、專業的技能 and 貼心的服務，成為業界和聽眾的引導者（意見領袖），藉由號召力和影響力，帶來社會影響力和經濟效益。



Designed by pngtree



廣播電臺播音主持人應當具備以下的素質：



音色、音質佳

充滿熱情的



有自己的風格



瞭解社會時事與議題

真誠關注聽眾感受

創意思考有幽默感



反應靈敏

溝通技巧



較高的好奇心與警覺性

豐富的資訊存量



較高的職業道德

較高的媒體素養

# 片頭設計

片頭是節目的名片，節目是否吸引人，片頭佔有一定的地位，片頭要能適當反映節目的本質、核心；音樂、音效和與語言完美的結合，片頭才能為節目錦上添花、畫龍點睛。

1.透過音響設計加上播音員的聲音描述，帶給聽眾腦海的想像空間，從而形成「畫面感」。

2.音效的使用是錦上添花，不能畫蛇添足，不能為譁眾取寵，濫用音效。

**音效**

**音樂**

- 1.必須與整個節目內容與風格相匹配。
- 2.片頭音樂力求新穎。
- 3.音樂要渲染情緒，強化感情色彩。
- 4.音樂選用要貼切準確，注意音樂的「實用性」，即音樂與語言的綜合性。
- 5.注意音量、切入、切出時間，不能讓音樂喧賓奪主。

**語言**

透過言簡意賅的語言適度反映節目主旨與內容。



# 凸顯特色、創造價值、鞏固既有聽眾、吸引更多聽眾、挑戰創新



1. 具吸引力的片頭

4. 建立品牌形象  
(權威性、客觀性)

2. 了解聽眾  
(快節奏生活步調及收聽  
習慣改變)

5. 真誠且專業的主持人  
(高頻率互的動交流)

3. 在地化、生活化  
且優質的節目內容  
(內容為王)

6. 與新媒體營運趨勢結合  
(廣播+)





**謝謝您的聆聽**